

ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE* TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Survei Pada UMKM di Wilayah Kabupaten Tasikmalaya)

Oleh:

Muthi Nurfadhillah
NPM 213403167

Pembimbing I : Euis Rosidah

Pembimbing II : Ulfa Luthfia Nanda

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* dan *marketplace* terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Kabupaten Tasikmalaya. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena transformasi digital yang mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi dan penjualan guna meningkatkan pendapatan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden pelaku UMKM. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* dan *marketplace* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Secara parsial, *digital marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta menekan biaya promosi. Selain itu, *marketplace* juga berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM, di mana platform *e-commerce* memberikan akses pasar yang lebih luas, kemudahan transaksi, serta sistem pencatatan penjualan yang lebih terstruktur sehingga mendukung pengelolaan keuangan usaha. Temuan ini memperkuat pentingnya digitalisasi dalam kegiatan pemasaran dan penjualan bagi UMKM guna meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian, penerapan *digital marketing* dan pemanfaatan *marketplace* merupakan strategi efektif untuk mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM di Kabupaten Tasikmalaya di era ekonomi digital saat ini.

Kata kunci: *digital marketing*, *marketplace*, pendapatan pelaku UMKM